大数据及融媒体技术在广电中的应用

摘　要：对于传统的传媒行业来说，广播和电视是其最具有代表性的行业，因其用户量庞大、行业优势明显，因此在很长一段时间内处于行业领导者的地位。随着社会的发展和信息技术的不断更新，大数据以及融媒体技术作为时代新兴技术被广泛应用在社会的各行各业中，这也使得传统广播、电视行业受到了较大的冲击。从广电的发展角度看，在信息技术飞速发展的当下，应对大数据及融媒体技术进行不断的探索，并将其与传统的广播、电视行业相结合，以使其符合当下信息技术快速发展的时代特点。

关键词：大数据；融媒体；广电；应用和前景
中图分类号：G220.7　　文献标识码：A
文章编号：1671-0134（2019）08-027-03　　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2019.08.006

文 / 叶传贺

伴随着科学技术改革工作的不断深入推进，大数据作为当下时代科技行业的研究热点，被各行各业的人进行探索研究并将其应用在日常工作中。因其具有较强的数据处理分析能力，被广泛应用在传媒行业之中。同时，由于时代的发展，在人们平常的工作中出现了越来越多的网络数据，这就使得人们对数据快速处理的需求提高。对于融媒体技术来说，其在互联网的基础之上将各个媒体进行融合，包括人力、宣传、新媒体技术等，通过将这些内容有效地结合起来，能够最大限度地发挥融媒体技术的特点，以更好地促进传媒行业的发展[1]。我们需要从中注意到的是，大数据及融媒体技术的快速发展对传统的广播电视行业造成了强烈冲击，不仅使行业工作者逐渐重视起大数据及融媒体的技术应用方法，而且不断对其进行探索，并结合广播电视的特点将之逐渐应用在行业中。只有在传统的广播电视行业中推行大数据及融媒体技术，才能使传统的广播电视行业进行改革，以使其符合时代发展特点并进一步推进广电行业的发展。

1. 传统广播电视行业的现状

1.1 收益增速降低

从整体上来看，广电行业的收入处于不断增长的趋势，但增速却常年递减。一方面，由于新媒体技术的平民化和广泛应用对广电产生了较大的冲击，导致了传统广播电视的影响力越来越小；另一方面，大数据时代的到来和融媒体技术在生活中越来越多的运用，使得传统广播电视的未来发展不被各行各业的人所看好，这直接影响了广播电视行业的广告投放量。因广告投放是广电行业的主要收入来源，因此，投放量的减少极大影响了广电行业的收入，导致了一系列的连锁反应：工作人员的工作积极性下降、技术创新减少、内容陈旧等，对广电行业来说具有不良影响。有数据显示，广电收入的增长量已经不足 10%，这个增速对于广电行业里来说是比较危险的，这主要是因为广告投放数量在逐年递减。[2] 但同时，网络收入的增速却非常快，信息技术的高速发展给网络媒体行业带来了新的发展机会，网络媒体对当下的影响力越来越大，因此，网络媒体中广告的投放数量在逐年递增，增长速度也较快。

1.2 广播收听量的回升

广播的发展是一个较为漫长的过程，其产生的时间较早，在很长一段时间内媒体行业作为行业主导者存在，当时的媒体传播方式较少，报纸和广播占据了当时的主体市场。随着科学技术的发展，电视的产生和由于其越来越低廉的价格被多数家庭所拥有，因此，在这段时间内电视对广播行业产生了较大的冲击。但在近些年，由于汽车的普及，广播的收听量有着小幅度的增长，广播内容的受众面扩大使得收听人数在不断增加，这使得广播收听量整体呈上升趋势。同时，大数据及融媒体技术被越来越多地引用在媒体行业中，使得网络媒体的发展速度非常快，其中的网络广播收听量也在逐年递增。由于其不受区域限制，多数节目可以随时收听，给网络广播带来了巨大优势，给了收听者充分的节目选择权，占据了很大一块的广播收听市场，对传统广播行业造成了不小的冲击。由于网络广播的新时代发展特性，其不仅具有收听功能，还将文字阅读功能融入网络广播中，使得受众人群越来越多，用户群体庞大。[3] 针对这种情况，传统的广播行业也在进行着改革，并逐渐意识到了新媒体技术的重要性，在内部逐步推行大数据及融媒体技术，以便于符合新时代的媒体行业发展特点，以增加广播收听量，扩大受众群体。

1.3 电视的收看量整体呈下降趋势

随着模拟信号在各个省份的停止应用，使得有线电视的安装数量呈逐年增长趋势，有关数据显示，截至2018年6月底，我国有线电视的安装数量已达2.34亿。但对用户收看电视时间的数据进行观察时，发现用户的收看时长却呈现逐年下降的趋势，并且这种趋势非常明显。从目前的调查数据来看，电视的收看时长目前处于历史最低值，在这种严峻的态势下，电视行业的相互竞争却非常激烈，这也对电视的收看量有着一定的影响。对于传统电视内容来说，不仅时长有限，在电视节目播放期间还有大量的广告播出，这使得用户心中产生了较大的反感。另一方面，由于科技技术的进步和网络的普及，智能手机和平板电脑的普及率越来越高。这些新兴媒体设备由于不受地点的限制，能将自己喜欢的节目下载到设备中或在有无线网络的区域内在线观看，极大地方便了人们收看电视节目。[4] 加之网络视频的广告较少，受到越来越多年轻人的喜爱，用户基数在逐渐增长。

2. 大数据及融媒体技术在广播电视行业的应用

2.1 建立新型传播体系

想要对传统广电行业进行深度改革，首先要做的就是要建立新的传播体系，通过行业内对大数据及融媒体技术的不断探究，提出了以“三全”作为基础的传播体系。其中的“三全”指的是全媒体、全天候以及全覆盖。以“三全”为基础的传播体系能够改变传统信息传播模式，并突破传统媒体的束缚，给广电行业在新时代的背景下快速发展带来了新的机遇。通过构建新型信息传播体系，目前广播和电视已经实现了全天候覆盖，形成了新的服务模式，并且覆盖人群在不断扩大。目前，广电行业已经意识到了网络的重要性，因此，广电行业的未来发展应以网络作为主要方向。广播、电视以及新媒体技术，三者之间有着紧密关联，通过实现三者之间的互通互联能够在促进行业发展的同时贯彻落实“三全”体系的要求，继而达到体系的传播目标。[5] 通过对全媒体优势的深入探究，广电行业在结合全媒体特点的基础上重新设计电视广播节目，推陈出新，设计出了更多观点鲜明、主题新颖的电视广播节目。通过这种新式节目将党的政策和政府的声音多渠道、多角度地以新式信息传播手段进行报道，在极大地提升影响力的同时促进了广电行业的进一步发展。以“两会”期间的报道为例，广电行业和相关单位针对“两会”组建了全媒体报道团队，在节目中增加了微信互动区，在增进官民关系的同时，更好地让嘉宾与观众或网友进行互动。在媒体报道后方增添了图文解读的板块，极大增强了媒体信息表现力，在有效提高节目质量和增加电视收看量的同时提高了媒体渗透力和新媒体在社会的影响力。

2.2 在大数据及融媒体技术的基础上打造多位一体的融媒体格局

在目前信息技术不断发展的社会形势下，大数据及融媒体技术也在不断发展，并由于其诸多优点被应用在各行各业中。通过对技术的综合运用，有效打破了行业壁垒，使传统的广播电视与新式技术相结合，从而促进了媒体运作与广播电视内容的全方位融合。在对广播电视和网络媒体等项目进行整合时，应注意结合“两微一端”的新媒体社交平台，利用其网络特点加快互联互通的进度，并方便对整体进行内容把控。网站、微博、微信以及电脑和手机端口都可以作为收发信息内容的平台，在各个媒体渠道的共同作用下，能够实现全方位的融合并充分发挥其容和特点，达到增强线上线下互动性和多个项目交叉相融的目的。同时，我们要注意的是，应根据融媒体技术特点优化节目生产流程，并在此基础上构建前端一体化以及终端播出多元化的工作体系。[6] 通过这一方法，在使媒体影响力加强的同时，也避免了节目同质化严重的问题，从而增强观众或听众兴趣。在大数据及融媒体技术的应用过程中，根据其应用特征构建了现代新媒体矩阵，实现了传统媒体与新式媒体的相互融合，并能增强媒体创新性，以更好地促进二者相互融合后的发展过程。由于新媒体矩阵定位明确，应用特征鲜明，既能作为一种媒体创新手段，也能实现全覆盖。对于新时代的广电行业来说，应充分利用微信、微博等信息平台，将节目信息以及相关资讯推送给用户，让用户能够充分了解广播电视的相关信息，以促进用户量的增长。随着大数据及融媒体技术的推广，已经有越来越多的广播电视微信公众号推出，辅以传统阅读，极大地增强了广电行业的影响力，以充分发挥大数据及融媒体技术的行业优势，加速新媒体行业和传统媒体行业的融合过程。同时需要注意的是，融媒体平台是以大数据技术作为基础的，因此，要以技术发展方向作为第一指导方向，确定技术在融媒体平台组建过程中的主体地位，从而促进新式技术与内容的相互融合，从而打造出具有区域特色的先进的融媒体平台。以数据共享和数据可视等方式作为信息传递基础，在加强报道说服力的同时有效地对社会舆论进行引导，以促进有效性的快速提升。

2.3 积极建设符合地方特点的融媒体及一体化平台

在新时代背景下，应充分利用新式网络技术打造符合地方特点的广电平台化产品，通过积极探索相关技术，完善移动客户端的运作模式，使其能够根据地方特色设计更多能够提升用户量的流程，从而使服务平台平民化，更易被广大人民群众所接受。具体有两方面的表现：首

先，要在保证传统媒体优点的基础上，通过运用融媒体技术和大数据技术使广播电视资源进行相互融合。[7]例如，可以提供增强互动性的视频、音频，并增加观众或听众的点播功能，辅以更多的图文信息、时事热点等；其次，要突破传统媒体壁垒，将第三方资源与传统媒体资源进行整合，在使内容更丰富的同时，为人们提供更多的服务，增强广电影响力。例如，可以通过各种信息收发渠道将公交信息、实时路况信息及天气状况等发送到用户手中，极大地方便人们的日常生活。同时，我们还要在基于提高社会效益的基础上建设宣传与经营相互融合的现代一体化平台，以促进传统媒体与新式媒体在宣传内容上的进一步融合，使形成的这种广电新业态的影响更广。

3. 大数据及融媒体技术在广电行业中的应用发展前景

随着信息时代的到来，网络技术在不断地进行着更新，这也就使得人们可以不受空间、时间所限，可在任何时间、任何地点与他人进行交流。同时，由于数据技术的改进和完善，人们可以实现大量数据的远距离快速传输。这些不仅是数据技术的发展给人们带来的便利，也是促进社会快速发展的一种必要技术手段。在这个过程中，人们也逐渐意识到了大数据及融媒体技术在当下的重要性，尤其对于广电行业来说，新式技术中的先进理念和对技术的改进完善方法能够使传统媒体与新媒体进行融合，并实现数据共享，对后续广电行业的发展有着重要的指导意义。[8] 这两种技术手段的不断创新改进既能发挥出大数据及融媒体技术的特点，又能在扩大科技技术行业应用范围的同时促进广电行业的可持续发展。

3.1 大数据技术在广电行业中的应用前景

对于信息收集分析来说，大数据技术的作用主要是对海量信息的整理。在数据整理完成后，要通过云计算的方式对整理好的数据做进一步的优化分析，这样在实现对数据存储工作的同时，能够有效改进技术应用方式。在以往，数据的存储量通常以 TB 为单位进行数据存储。但大数据技术在媒体行业的大量应用，使得数据大量增加，因此，存储单位已经以 PB 或 EB 来计算，这恰恰说明了大数据技术已被越来越多地应用在了实际的工作流程中。[9]

3.2 融媒体技术在广电行业中的应用前景

融媒体技术从根本上讲就是将多种媒体信息进行优化整合的一种技术手段，对于广电行业的发展有着重要的促进作用。需要注意的是，融媒体所代表的的媒体形式不是单单一种，而是在深入分析网络特点与媒体信息传播手段后整合成的多种媒体形式。融媒体在行业中通常作为一个单位存在，由于其在广电行业中的技术优势，能够为多种项目同时进行服务。[10] 其较于单媒体在价格升高的同时，服务也更满足客户的需求，从而提升客户的满意度。

随着科技的进步与时代的发展，数据信息变得越来越多，因此，更要对相关技术进行改革或完善。大数据及融媒体技术作为未来广电行业发展的关键，其在广电行业中的正确应用大大增加了广电行业的影响力，在将多种媒体形式和平台资源进行整合的基础上，使传统媒体行业与新媒体进行相互融合，并实现信息互通和资源共享，从而为广电行业的未来发展打下了良好的基础。媒

参考文献

[1] 贾岱，程倩．大数据、融媒体技术在广电的应用和前景探索 [J]. 科技传播，2018，10（1）：74−75，118.

[2] 李川．打造广电融媒大数据中心助推城市台媒体融合转型升级 [J]. 现代电视技术，2017（5）：105−109.

[3] 黎正云，叶伶俐，向珍，等．融媒体环境下电视台数字播控系统设计 [J]. 电视技术，2017，41（7）：79−86.

[4] 邹阳阳，王淳．融媒体时代：基于数据管理的版权核心价值开发 [J]. 视听，2018（1）：5−6.

[5] 周笑漩．传统广电媒体应强化顶层设计 [J]. 活力，2017（7）：54.

[6] 张小雨，姚高远，刘洁心，等．浅谈数据在广电业务中的应用及技术支撑 [J]. 现代电视技术，2016（5）：70−73.

[7] 谷虹．广电产业与新兴媒体融合发展的平台战略 [J]. 暨南学报（哲学社会科学版），2014（9）：153−159.

[8] 程晨，李宁斌，王卫成，等．苏州广电总台新大楼自主设计融媒体交互演播室群（上）[J]. 现代电视技术，2017（10）：94−97.

[9] 蔡宏伍．大数据在广电融媒体云平台内容库中的应用与实践 [J]. 广播电视信息，2018（10）：65−69.

[10] 杨晶．广电媒体在互联网时代的跨界、融合与创新 [J]. 中国广播，2017（3）：11−13.

（作者单位：浙江省乐清市广播电视台）